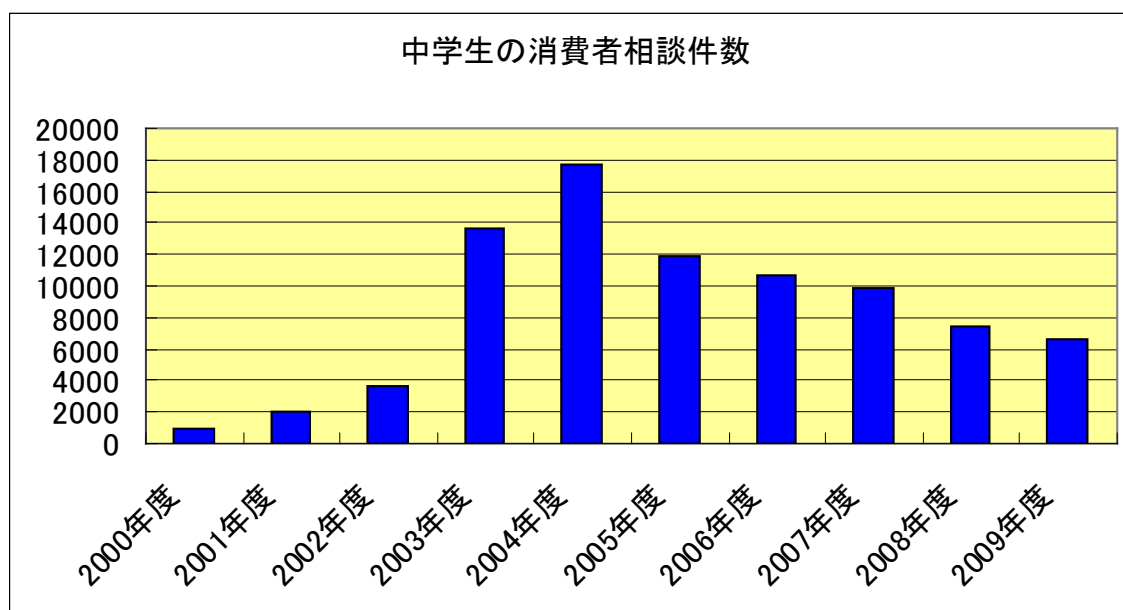
# 第Ⅱ章　研究計画

## １．消費者被害と消費者教育の必要性について

### （1）最近の消費者被害の現状

①　広がる中学生の消費者トラブル

全国の消費生活センター等の苦情データを蓄積しているＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワークシステム）における中学生の消費者相談件数は、この１～２年、年間７～８千件前後で推移している。数年前に比べやや低下傾向にあるが、これは2004年前後に、中学生にも架空・不当請求被害の嵐が吹き荒れ、一時的に年間１万数千件にも急増したことの影響によるものである。とはいえ、10年前に比べると今日では数倍の規模になっており、中学生の消費者被害が確実に広がっている状況が伺える。

一般に消費者窓口に届けられる苦情は氷山の一角であり、全体の４～５％＊に過ぎないと言われている。つまり潜在的には届けられた相談件数の何倍もの苦情があるものと推察され、中学生を取り巻く消費環境が、時代状況とともに大きく変化していることをうかがわせる。

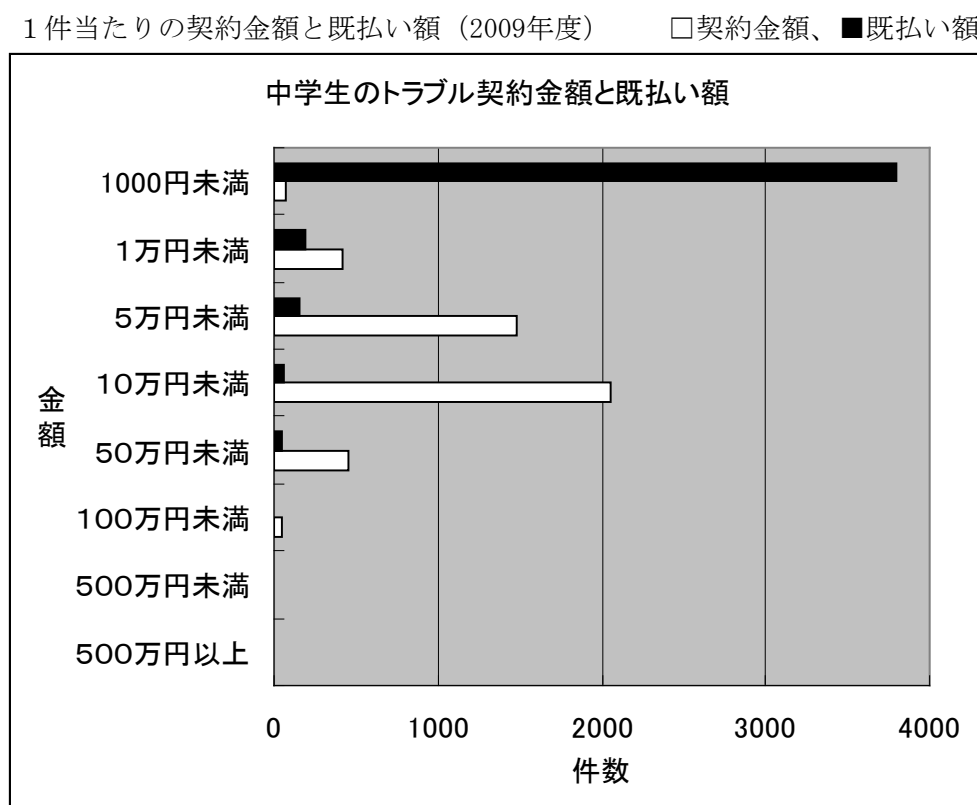
＊「第36回国民生活動向調査」（平成18年３月発行）によると、苦情の持ち込み先として、販売店やメーカーが30％台、20％台と多く、消費生活センター等は4.6％であった。同調査で、苦情をどこ

にも持ち込まなかった人は43%。その理由は、「面倒だから」(30%)、「うまい解決策があるとは思えなかったから」(27%)、「どこに申し出てよいか分からなかった」(26%)が上位３位。

②　被害は高額化、早期の対処が被害を防ぐ

１件当たりの被害額を見ると中学生とはいえ、10万円前後が多く、お小遣いの範囲で支払える金額ではない。後でも触れるように、携帯電話やインターネット絡みのものが多く、高額化する傾向が見える。

ただ、既払い額を見ると、相談の時点では支払いの前段階（０円）が９割近くを占めており、請求を受けた直後の相談が大半であると考えられる。早急に適切な対応を取れば、被害の未然防止や救済が可能な案件が多く、問題発生後、速やかに消費生活センター等に相談することが、被害の深刻化を防ぐ最善の方法といえよう。

１件当たりの契約金額と既払い額（2009年度）　　□契約金額、■既払い額

③　アダルトサイトや出会い系サイトなど携帯電話等の利用に関わるトラブルが急増

中学生の消費者被害は、男女ともにアダルト情報サイトやデジタルコンテンツ系が圧倒的に多数を占めているのが特徴で、全年齢の上位品目と傾向は明確に異なっている（表１，２参照）。

中でもアダルト情報サイトや音声電話情報（ツーショットなど）は男子に多く、出会い系サイトやブログ、占いサイトの相談などは女子に多い傾向がある。

このほか、男子はゲームソフト、女子は健康食品やコンタクトレンズ、歯科治療などが上位に上がっているのが特徴的である。

**表１　2009年度の中学生に関する苦情の上位10品目**

| 順位 | 商品・サービス名 | 合計件数 | 男性 | 女性 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | アダルト情報サイト　＊１ | 3350 | 2770 | 580 |
| 2 | デジタルコンテンツ全般　＊２ | 785 | 400 | 385 |
| 3 | 出会い系サイト | 520 | 203 | 317 |
| 4 | 他のデジタルコンテンツ　＊３ | 508 | 171 | 337 |
| 5 | 携帯電話サービス | 168 | 93 | 75 |
| 6 | 音声電話情報　＊４ | 120 | 102 | 18 |
| 6 | オンラインゲーム | 120 | 85 | 35 |
| 8 | 音楽情報サイト | 65 | 32 | 33 |
| 9 | 学習塾 | 43 | 20 | 23 |
| 10 | 携帯電話 | 41 | 22 | 19 |

上記以外で多い品目

男子）電子ゲーム玩具（27）、デジタルディスクソフト（22）、電子ゲームソフト（22）など

女子）健康食品等（30）、コンサート（23）、コンタクトレンズ（15）、歯科治療（10）など

〈商品・サービス名の説明〉

＊１　パソコンや携帯電話によるアダルトサイトの利用料に関する相談

＊２　内容を特定できないサイトの利用料に関する相談

＊３　携帯小説、占いサイト、ブログ等に関する相談

＊４　電話をかけて音声による情報を得るもの。アダルトボイスやツーショットダイヤルなど。

**表２　2009年度消費者相談全体（全年令）の上位10品目**

| 順位 | 商品・サービス名 | 件　　数 |
|---|---|---|
| 1 | サラ金・フリーローン | 92,815 |
| 2 | アダルト情報サイト | 55,092 |
| 3 | デジタルコンテンツその他 | 51,389 |
| 4 | 商品一般 | 45,571 |
| 5 | 賃貸アパート・マンション | 39,205 |
| 6 | 出会い系サイト | 33,389 |
| 7 | 相談・その他 | 16,205 |
| 8 | 四輪自動車 | 15,707 |
| 9 | 移動通信サービス | 13,719 |
| 10 | 健康食品 | 13,123 |

④　中学生の主な苦情事例

以下に中学生に関する主な苦情事例を示す。携帯電話などで誤って問題あるサイトに接続したり、登録してしまった。取り消したい、あるいは返金してほしいといった内容のものが大半である。

| 件　　　　名 | 相　　談　　概　　要 |
| --- | --- |
| 中学生の娘がパソコンで友人のブログを閲覧。同サイトにあった芸能人の動画ボタンをクリックしたら登録になり料金を請求された。 | 芸能人の動画ボタンをクリックすると、「見ますか」とあったので「はい」をクリックした。料金の表示はなかったという。娘が驚いて、「間違ってクリックしてしまった」とメールをしたところ、登録になっているので料金を支払わないと取消しができないとメールが返ってきた。 |
| 携帯電話の無料占いサイトをクリックした。登録したら未払料が発生してるとメールで３万円請求された。払えない。 | 自分は中３。数日前、携帯電話から無料占いサイトをクリックした。携帯番号、アドレス、県名、性別、ＰＷとニックネームを入れ登録した。今朝、「２日間の無料期間が終了して、期間中の退会がなされていない」とメールが届いた。３万円の請求があったが払いたくない。利用規約は気がつかなかった。 |
| 中学生の娘が繁華街でモデル事務所に声をかけられた。娘は契約したいというが契約するには保証金が必要だ。信用できるか不安だ。 | 娘は昨日面接に行き、合格した。事務所に所属するには保証金がいるという。正確な金額は聞いていないが高額らしい。娘はすっかりその気になっているが、親としては不安が大きい。 |
| ネットの掲示板で知った個人とトレーディングカードの売買をしたが結果的にお金を取られたままカードが貰えない。 | 掲示板でしかも個人とのやり取りだったので相手に免許証のコピーを求めたら写真は送れないと言われ、その代わりに住所・氏名・電話番号を教えてくれた。また本来は14000円だったが写真を送れないから2000円が引かれ、その後「自分はもう不要だから」と2000円が、更に最終的に7500円まで値段を下げてくれた。銀行へ代金を振り込んだら「発送した」というメールが来た。しかし届かないので宅配業者に問合せたら「ない」と言われ再度問合せたら、「コンビニのバイトが伝票を出し忘れた様子」と返信が来た。それ以降もカードが来ないので取引をやめると言い返金を求めたら「同意、返金」を約束した。入金先の口座を聞かれたので教えたが未だ返金されない。 |
| 中学生の子どもがインターネット広告から申し込んだダイエット情報教材冊子版を解約したい。 | 子どもはダイエットに興味があったらしく、インターネットの広告から繋がったサイトをみて、ダイエット法の情報教材冊子版を電話で注文した。商品代金は代引きで支払ったが、親の承諾のない高額な契約であり解約し、返金を希望する。 |

（井口　尚志）

## （２）消費者被害と学校教育における消費者教育

①　消費者被害の今日的特徴

消費者被害の今日的な特徴は、商品・サービスの品質・表示問題、販売方法や契約問題、資産形成に関する信用問題等が重層的に絡み合っているところにある。

重要な点は、経済力が高まるにつれ、消費者被害は拡大する（リスク社会）ということである。つまり時代が進むにつれて、消費者被害は重層化・複雑化している。戦後、まず

問題となったのは、商品・サービスの品質・表示被害であった。有名なのは、1948年の不良マッチ事件、1960年のニセ牛缶事件がある。戦後初期の時代にこのような消費者被害が大きな社会問題となったのは、消費者は日々食べていくことで精一杯であったため、生活を維持するための商品の被害に焦点が集まったのである。

1970年代になると日本は先進国となり、消費者の生活にも徐々にゆとりが出てくるようになった。そこをつけ込んだのがいわゆる悪質商法として取り上げられることの多い販売方法や契約方法による被害が多くなった。当時は訪問販売法もなかったため、事業者側は消費者に対して夜討ち朝駆けのような勧誘を繰り返すことで、強引に契約させることも多かった。そのためクーリングオフが導入されるようになった。1980年代はさらに経済的なゆとりも大きくなっていった。そこで現れたのが資産形成に関する信用被害である。金融商品の知識が乏しい消費者を騙すような手口が横行した。そして2000年代から今日にかけて、これまでにあがってきた被害が多様化・複雑化して現れているだけでなく、多重債務なども目立つようになっている。このような消費者被害の歴史に対応して、学校教育における消費者教育が進められてきたことになる。

② 1960年代　国による学校における消費者教育の出発点

国による消費者教育の取り組みは、1966年答申が出発点である。もちろん家庭科における家計管理も消費者教育に含めるならば、戦前からあったといえる。しかし、消費者被害に対応するという意味での消費者教育が行われ始めたのは、この時期からであった。この時期には、消費者保護基本法など、消費者行政の体系が整ってきた中で、消費者教育も、消費者保護とともに「車の両輪」として考えられてきた。この時期の目標とする消費者像は「自主性をもった賢い消費者」である。「自主性をもった賢い消費者」とは、消費者として商品、サービスの合理的な価値判断をする能力を養うこと、消費生活を向上させる合理的な方途を体得させること、経済社会全体のうちにおける消費及び消費者の意義を自覚させること、と述べられている。具体的には、市場で財・サービスを購入する場面で消費者が明確な選択ができるために、「商品知識の普及」させることや、財やサービスを購入するためには、収入や預貯金などの家計の状況を把握し、長期的見通しをたてるための「合理的な生活設計」をしていくこと、さらに「消費者がその消費行動を通じて積極的に経済的環境にはたらきかけることの意義と力を認識させる」ことまで含まれている。当時は商品の品質被害等が多かったため、それに対応した知識を消費者がしっかり理解することが消費者教育の一つであった

そしてこれらの目標を達成するために、学校教育においては、昭和56（1971）年学習指導要領改訂に当たって、中学・高校の社会科において消費者保護（国、事業者の責務等）について教えるべきことが初めて明確化されるとともに、教員の再教育課程、大学の教員養成講座において消費者教育を位置づけることが期待された。

③　1980年代　消費者教育の新たな展開

その後1980年代中盤になって、新たな動きが出てきた。一つは契約教育の必要性である。当時、問題となったのは、品質よりも契約に関する消費生活相談件数の増加であった。契約は、消費者自身と事業者との間で行われるものであるため、従来のように事業者指導を中心とする規制行政だけでは対応できない。消費者自身が契約問題に対応できる能力を身につけるしかない。

そのためこの時代の目標とする消費者像は「自立する消費者」であった。1985年第10次国民生活審議会消費者政策部会報告「情報化時代の消費者政策について」では、「これまでは“賢い消費者”になるということが、1つの目標とされた。これは品質がよく、安全で、しかも安い商品やサービスを見分けるといった買い物上手に近い概念であったといえる」と過去の消費者像を総括し、1986年国民生活審議会消費者政策部会意見「学校における消費者教育について」では「自主的、合理的な判断ができる消費者が育成されるように消費者教育を拡充していく必要がある」としている。また、「契約やサービス取引が増えており、これらでは消費者の自主的かつ合理的な判断・行動がことのほか重要になってきている。実際の取引にあたっては、自主的、合理的判断ができる消費者が育成されるように消費者教育を拡充していく必要がある」という。

これに対応して、学校教育においては、学習指導要領の拡充などで、対応が図られた。具体的には悪質商法、クーリングオフの周知徹底とロールプレイングなどの体験的学習の重視である。平成元（1989）年の学習指導要領改訂において、公民分野における契約に関する教育の実施明確化や高校の家庭科において「家庭経済と消費」という新単元の下に消費者教育が拡充された。また指導方法として、ロールプレイングなどの体験的な学習が推奨された。

④　2000年代　消費者教育政策の本格化

2000年代の始めにこれまでの消費者行政体制に対する見直し及び消費者教育に対する抜本的な再検討が進められた。消費者保護基本法が全面改正されて、2004年に消費者基本法が成立し、基本理念として、初めて「教育を受ける」権利があがった。また、同時期に消費者教育の充実に向けて、様々な調査研究が行われた。

このように消費者教育が推進された理由は、政策手法の変化がその原因の一つといえる。内閣府の『21世紀型の消費者政策の在り方について』では、この変化を20世紀型消費者政策から21世紀型消費者政策へと捉えている。具体的には、消費者の位置づけの転換－「保護」から「自立」へ、市場メカニズムの活用と、事前規制から事後チェックへの重点シフト、情報公開と事業者のコンプライアンス経営の促進とまとめられており、当時、流行った言葉で言えば、「市場主義」、「自己責任」を重視する政策手法である。ここでは消費者の自立だけでなく、事業者も自ら消費者の信頼を獲得するようにこれまで以上に努力することが求められており（企業の社会的責任、コンプライアンス経営）、ともに自立した社会と

していくことが期待されているのである。つまり、従来以上に消費者の自立のために消費者教育の充実が要請されていることになったため、消費者教育に対する取り組みが推進されたといえる。なお、消費者教育政策は以下のようになっている。

| 消費者基本法 | 教育の機会が提供されること　＝　「消費者の権利」（２条）<br>啓発活動及び教育の推進　＝　「消費者政策の基本的施策」（17条） |
|---|---|
| 消費者基本計画<br>2005（平成17）年 | 消費者の生涯にわたる消費者教育の体系化への取り組み<br>＝<br>消費者基本法の基本的施策を受けた「具体的施策」 |
| 消費者教育の体系的推進<br>2007（平成19）年 | 消費者基本計画による「具体的施策」を実現するため、国民生活審議会により、下記のとおり取りまとめられた。<br>◆安全／契約・取引／情報／環境、の４つを消費者の身につけるべき目標とする<br>◆教育の担い手／教材／情報の集約・発信、の３つを柱とする<br>◆幼児期、児童期、少年期、成人期という学習者のライフステージごとに消費者教育の手法や基盤の整備を行う<br>◆行政による関係機関のコーディネート機能を重視 |
| 消費者基本計画（素案）<br>2010（平成22）年 | 政府が講じるべき必要な施策として､次の二つが掲げられた。<br>◆消費者が自ら進んで、その消費生活に関し必要な知識を取得し、必要な情報を収集するなど自主的かつ合理的に行動することを支援するため、消費生活に関する知識の普及と情報の提供など、消費者に対する十分な啓発活動を推進する施策<br>◆消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、家庭、地域、職域、その他さまざまな「場」において消費生活に関する教育が充実されるために必要な施策 |

具体的には内閣府は、消費者基本法に基づいて作成された消費者基本計画において、学校や社会教育施設における消費者教育の推進、あるいは消費者教育の体系化を計画して進めていた。消費者基本計画は消費者基本法で初めて導入されたもので、少しでも縦割り行政を解消し、省庁が連携をとれるように、また単年度の計画ではなく、ある程度の期間において着実に充実を図れるように、意図されたものである。

学校教育における消費者教育についても、内閣府で継続的に研究会等が進められ、教材

も作成されている一方、文部科学省では2011年から施行される新学習指導要領において、家庭科、社会科の中で消費者教育の拡充を図った。

⑤　現在　第２の出発点へ

現在は2000年以来の潮流が続いているともいえるが、新たな取り組みもみられている。まず消費者教育推進会議である。これは平成22年３月に閣議決定された新たな消費者基本計画において、消費者庁のリーダーシップのもと、関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者等をメンバーとする会議の開催が挙げられていたが、昨年、同会議は発足した。現在はテーマ別会合も内部で設置しながら、様々な意見や取り組みを把握すべく進められており、将来的には今後の消費者教育政策に活かされる予定である。また文部科学省は、今年度に消費者教育推進委員会を立ち上げ、学校における消費者教育の推進に向けて、調査研究を進めている。

さらに、ＯＥＣＤ加盟国を中心とした消費者教育の効果と課題を調査した報告書“Promoting Consumer Education-Trends, Policies and Good Practices”（消費者教育の推進－動向、政策、実践）が2009年３月に発行され、次いでその成果を踏まえて“Consumer Education: Policy Recommendations of the OECD's Committee on Consumer Policy”（消費者教育：OECD消費者政策委員会による政策勧告）が発表された。政策勧告には、現状の消費者教育における課題解決のために、実践に向けての具体的な提言がなされている。この勧告は全加盟国が了承して決定されるため、法的拘束力はないが、加盟国には、自らが共同で起案したこれらの政策勧告を取り入れ実施に移す強い道徳的責任がある。このように勧告は加盟国を縛る以上、日本もまたこの勧告に沿って着実に実績を上げて、３年後に進展した姿を示すことが必要となっている。どの程度、勧告の影響が生まれるかは未知数だが、消費者教育に関わる行政機関の連携が強まっていくことが強く期待されているといえる。

以上のように、学校における消費者教育は、このように少なくとも50年あまりの歴史がある。消費者被害の主な特徴が変化していく中で、消費者教育の重点も変化してきたといえよう。

そして現在は、消費者被害の多様化・複雑化が進むとともに、消費者の自立支援が求められる中で、かつてないほど消費者教育の必要性が求められている時期であるといえよう。

（色川　卓男）

### （３）家庭科教育における消費者教育／消費者被害

①　小学校「家庭科」の中の消費者教育

日本の学校教育では、小学校「家庭」、中学校「技術・家庭」、高等学校「家庭」において、消費者教育が位置付けられている。平成23年度から完全実施される小学校の新学習指

導要領（平成20年改訂）によれば、小学校では、４つある学習領域の４番目に「身近な消費と環境」が定められている。その内容は、

D　身近な消費生活と環境
（１）物や金銭の使い方と買い物について、次の事項を指導する
　ア　物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること
　イ　身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること
（２）環境に配慮した生活の工夫について、次の事項を指導する
　ア　自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付き、物の使い方のなどを工夫できること

である。いわば、お金の適切な使い方と、物の選び方などの消費生活の基本は小学校５年生からの家庭科できちんと位置付けられている。

ちなみに小学校家庭科は、戦後の教育改革時に、昭和22年から小学校５年生６年生で男女が共学で学ぶこととなり、以来日本では65年の歴史を持っている。特筆すべきことは、昭和31年改訂の学習指導要領の時から、「労力・時間・物資・金銭を大切にし、家庭生活をいっそう合理化しようとする。」という内容が定められており、金銭の合理的な使い方に関する内容は、詳細は変化しているものの、小学校では今日まで金銭教育が続いているのである。

②　中学校「技術・家庭科」の中の消費者教育

中学校「技術・家庭」（家庭分野）では、平成24年度から完全実施される学習指導要領（平成20年改訂）によれば、小学校と同じく４つある学習領域の４番目に「身近な消費生活と環境」が定められている。その内容は、

D　身近な消費生活と環境
（１）家庭生活と消費について、次の事項を指導する
　ア　自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること
　イ　販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入および活用ができること。
（２）家庭生活と環境について、次の事項を指導する。
　ア　自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できること

小学校「家庭科」で60年近く金銭教育が行なわれていたことと比較すると、中学校で消費者教育が行なわれるようになった歴史は浅く、平成元年に技術家庭科の中に「家庭生活」という領域が置かれるようになってからである。「家庭生活と消費」として「消費生活」に関する領域が独立するようになったのは平成10年改訂からであり、本格的な消費者教育が

男女共学で行われるようになってからは、まだ10年程度といってよい。
中学校の「技術・家庭」は２つの分野が抱き合わせとなった教科であり、昭和33年に「技術・家庭」科が成立してから、長い間、男女別学で男子は製図、木材加工、金属加工、機械、電気などを学び、女子は被服、食物、住居、保育などの領域を学んできたのである。
技術・家庭科が男女ともに必要な教科としてすべての内容が男女共学となってまだ10年程度であるので、義務教育の最終段階で、すべての日本人が消費者教育を受けて学校を終わるということはできなかったのである。
現在は、消費者の基本的な権利と責任や、販売方法の特徴、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入および活用、といった学習内容が定められるようになったものの、平成10年改訂の学習指導要領から、「技術・家庭」の学習時間が、１年、２年、３年でそれぞれ年間70、70、35時間という少ない時間数に減少してしまった。中学校で70時間ということは、週当たり２時間という授業時間で、これが技術分野と家庭分野と合わせた学習時間であるのであるから、家庭分野は１，２年生で週１時間、消費者教育が最も必要な３年生では週当たり0.5時間しかないという状態である。
家庭科は消費者生活に関する領域のほかに、A 家族・家庭生活と子どもの成長、B 食生活と自立、C 衣生活、住生活と自立、の領域があり、栄養や献立、調理などをふくめたさまざまな学習に必要な時間を考えると、消費生活に関する内容を取り上げることのできる時間は、著しく少ないのが現状である。

③　高等学校「家庭」の中の消費者教育

高等学校には家庭に関する科目として、平成21年改訂の学習指導要領では「家庭基礎」（２単位)、「家庭総合」（４単位)「生活技術」（４単位)（平成25年より「生活デザイン」）が置かれていて、３科目のうちの１つを男女とも選択必修することになっている。
「家庭基礎」においては、次の内容で消費者教育が行なわれている。
（２）「生活の自立及び消費と環境」の中で、
エ　消費生活と生涯を見通した経済の計画，オ　ライフスタイルと環境
「家庭総合」では、以下のように自分自身の意思決定に関連させた内容となっている。
（３）生活における経済の計画と消費
ア　生活における経済の計画、イ　消費行動と意思決定　ウ　消費者の権利と責任
「生活デザイン」では、家庭基礎と同じねらいと内容を持たせた構成になっている。
（２）消費や環境に配慮したライフスタイルの確立
ア　消費生活と生涯を見通した経済の計画，　イ　ライフスタイルと環境
が定められている。
いずれにしても現在、高等学校では、「家庭基礎」２単位を学校として選択しているところが多く、小学校、中学校と同様、家族と家庭生活や保育、高齢者、食生活、衣生活、住生活、環境問題、ホームプロジェクトなど生活に関する学習内容は非常に広範囲わたるな

かで、消費生活についての学習の時間やはり非常に少なくなっているのが現状である。

④　高等学校家庭科での消費者被害についての教育

消費者として生徒が現在および将来にわたり、さまざまな被害に遭わないようにするための教育は、どのように取り上げられているであろうか。

もっとも丁寧に学習指導要領解説書で記述があるのは、高等学校「家庭総合」の場合である。周知のとおり、各学校段階の教科書は指導要領解説書に従って作成され、教科書検定においてその内容の記述の有無が厳しくチェックされるので、解説書に記載されているかどうかは、教育内容を判断する上で最も重要なことといえる。

（３）生活における経済の計画と消費の中の、「(ウ) 消費者の権利と責任」において、「(イ) 消費者問題の現状と課題」を扱うことが取り上げられており、「売買契約を中心に具体的な事例を通して理解させること、また訪問販売や通信販売などの販売方法の特性を理解させ、問題のある販売方法については、その対応方法について考えさせる。さらに被害救済のための基本的な法規のほか、表示偽装や製品事故などを取り上げ、安全で豊かな消費生活を送るための制度についても理解させる」ことなど、かなり詳しい。

しかし、もっとも履修者が多い「家庭基礎」では、「(ア) 消費者問題と消費者の権利」において「グローバル化、情報化などの社会変化や、それに伴う販売や流通の多様化、消費者と事業者の情報量の格差など、消費者問題発生の社会的背景について考えさせる」と書かれており、社会的な視点からの理解を持たせようとしていることはよいが、自分自身の問題として考えさせるよりは、やや他人事の扱いである。

「契約や消費者信用、多重債務問題など、現代社会における課題を中心に取り上げ消費者問題が生じる背景や守られるべき消費者の権利について理解させる」という内容もあるが、家庭科は自分自身の生活に直接関連する問題を、自分自身の問題として取り上げるところに社会科との違いがあるので、実際の教科書や、授業において、高校生にも身近な具体的な消費者問題の事例や解決方法について、取り上げられる必要がある。

⑤　中学校家庭分野においての消費者被害についての教育

最近では、さまざまな悪質商法などにより中学生にとっても消費者被害は身近な問題であるといわねばならない。中学生が成人するころには、またまた新種の悪質商法が生まれ、新しい消費者問題や被害が発生することもあり得ないことではない。中学校の段階で、日々の消費行動において、消費者としてどのような行動をとることが適切であるのか、どのような意思決定をすることが必要であるのか、自分の身の周りの問題を通して具体的に学んでおくことは、重要なことといえる。

先に述べた中学校　技術・家庭の学習指導要領解説書で取り上げられている消費者被害関連の内容をあげてみよう。

| ア　自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的の権利と責任について理解すること |
|---|

ここでは、「自分が物資・サービスを購入する主体であり、適切な消費行動が取る必要があることに気付く」ことを基本としてかなり丁寧な記述がある。キーワードをあげてみると、消費者の基本的な権利と責任、消費者基本法の趣旨、消費生活センターなどの各種相談機関、クーリング・オフ制度、消費者にかかわるトラブル、などが挙げられている。

| イ　販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。 |
|---|

ここでは、店舗販売と無店舗販売の特徴、通信販売、訪問販売、物資サービスの品質、機能、価格、アフターサービス、環境への配慮に応じた選択の視点、購入したものの必要性、活用度、環境への負荷などの観点からの見直し、即時払い・前払い・後払い、プリペイド型電子マネー、などが取り上げられている。

なお、特徴的なこととして、指導に当たっての配慮が具体的に取り上げられていることである。中学生にかかわりの深い事例を取り上げること、生徒が主体的に学習できるようロールプレイングをしたり、地域の消費生活センターを見学したり、自分や家族の購買経験から、それぞれの販売方法の利点や問題点について話し合う、物資・サービスの選択場面を想定し適切な情報を収集、整理する活動をする、などが書かれている。

| ウ　自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し、実践できること |
|---|

ここでは、消費生活と環境とのかかわりについて関心と理解を深め、持続可能な社会の構築のために、環境に配慮した消費生活が実践できる必要性が取り上げられている。

循環型社会、使い捨て容器とリサイクル可能な容器、食品の包装、ごみの減量化、などを具体的に取り上げるよう、書かれている。

中学校段階での消費者教育の内容は、平成10年の学習指導要領で、家庭分野が独立するようになってから充実するようになったものであり、充実した消費者教育の内容の教科書で学んだ中学生は、まだ卒業後７年ほどであり20歳になったところである。家庭科における消費者教育が学習指導要領の内容通り実施されていくならば、今後の消費者被害は、ある程度、減少していくことが期待できる。

しかし問題は、上記の消費者教育の内容をすべて取り上げるには、かなり計画的に実施しても、５～６時間は必要であることである。先に述べたように、中学校「技術・家庭」の「家庭分野」の時間数は年間35、35、17時間しかなく、学習時間があまりにも少ない。今後、持続可能な社会の構築のために、消費者教育は人びとの生き方を問題にかかわる事

柄であり、ますます重要になるであろう。物資・サービスの購入し消費し、廃棄する主体として、適切な行動がとれる人間を育てていくために、中学校段階での家庭科教育の充実と授業時間数の増加が、切に望まれるところである。（牧野カツコ）

## ２．指導計画の作成

### （１）消費者被害と防止のための教育の考え方

① 情報を正しく読み取る力を育てる

消費者被害については従来からの悪質商法に加え、次々と新手が登場し、パソコンや携帯を使った情報関連の被害も後を絶たない。個別の手口に関する知識をもつだけでは被害を防ぐことが困難である。重要なのは情報を正しく読み取り、自分の力で判断し行動する力を育てることである。タダほど高いものはないという先人の知恵は伊達ではない。何かヘン、おかしいかも、ホントかなあ・・・という当たり前の感覚、防衛本能を磨くことも大切にしたい。消費者問題についての情報とともに、被害に遭ってしまった後の対処法や武器になる法律を知ることも消費者として必要である。

② 加害者にならないための道徳的判断力を育てる

将来にわたって健全な経済活動を促し、消費者被害を予防するには、自分が加害者にならないための道徳的判断力や良識を育てることも不可欠である。知らないから騙された、知らないで騙していたということがないよう、公序良俗に則って適正な経済活動を行う意味を考えさせるのも消費者教育の大事な役割である。

③ 消費者としての自分を知る

学習のはじめに当たり、消費者とは必要なモノやサービスに代価を支払って生活する私たち自身であることを確認することが大切である。現代に生きる私たちは、生まれたときから死ぬまで生涯消費者として暮らす。たとえば産院で分娩というサービスに医療費を支払い、産湯も水道代とガス代や電気代が必要である。葬儀も、お寺や葬儀会社にお布施や代金を支払って執り行ってもらう。消費者としての自覚をもち、どのような消費者として生きていくか一人一人が考えることが消費者被害を防ぐ上でも、地球環境保全のためにも不可欠である。未来を担う生徒にとって、将来の事業者や生産者としても消費者の視点をもつことは重要である。一番大切なのは消費者とは自分のことだという自覚を生徒がもつことであり、自分のこととして取り組むことで初めて生きた学びになる。

④　教師自身も消費者であることを自覚する

教師自身も消費者であるというスタンスで、指導するとか教えるという立場からだけでなく、消費者としての在り方を生徒と一緒に考えるという姿勢で授業に臨むことが望ましい。生徒だけでなく教師自身も自分の思考傾向を知り、人ごとではなく自分も被害に遭う可能性があるという点を認識し、自分も消費者であるということを忘れずに授業に臨みたい。教師自身の消費者としての考え方や経験、買い物についての失敗談などを生徒に話すことも興味を持たせる上で役立つ。

⑤　自分で考え、判断し、行動する消費者を育てる

消費者被害防止のための教育を真剣に考えるなら、家庭科の学びを通して未来を担う自立した生活者を育てることが重要である。良識を持って自分の人生を自分でプロデュースする力が問われる。消費者基本法に謳われた消費者の権利を真に活かすことができるかどうかは、私たちの生き方にかかっている。大人になってから価値観を変えるのは難しい。小学校時代から環境や食育にまで視野を広げた教育が必要であり、消費者としての自覚と判断力、実践力を育てることが重要である。家庭科は実践的に消費者教育の充実に貢献できる可能性を最も有した教科である。自分で作ることが出来なければ、買うという選択肢しかない。私たちは家族をはじめ多くの人々、地球上の多くの生命と深く関わりながら生きている。持続可能な地球環境を意識した視点をもち、生活を大切にしながら、情報を適正に読み取り、主体的に判断し、行動できる生活者を育てること、それが一見遠回りに見えても、消費者被害を防ぎ、加害者予備軍を育てない一番確実な方法であろう。

⑥　消費者教育の２つのコンセプト

ⅰ）未来を担う自立した賢い消費者を育てることは、自分で考え、判断し、行動する消費者を育て、自分の人生を自分でプロデュースする力を培うこと。

ⅱ）消費者基本法の理念に基づき「保護から自立へ」を目指す。

⑦　消費者教育の５つのキーポイント

ⅰ）消費者としての自己認識や経験を振り返ることで自分を知る。

ⅱ）消費者基本法の意味を知り、アグレッシブに情報を受発信する消費者を目指す。

ⅲ）消費者の武器になる法律を知り、消費者契約法や消費者安全法のコンセプトを生かす。

ⅳ）相談することの重要性を認識することが二次被害の防止や悪質商法への抑止力になる。

ⅴ）家庭学習の課題などを通して生徒の家庭にも学習内容を伝え、消費者教育を広げる。

⑧　消費者教育の教材については、生徒の身近な生活や事例から学ぶ

ⅰ）新聞の記事やテレビのニュースなどタイムリーな話題を取り上げる。

ⅱ）国民生活センターの相談事例等を利用する。

ⅲ）国民生活センター等のデーターを活用して消費者被害の現状を知る。生徒の年代（20歳未満）では運輸・通信サービス（携帯・パソコン等）関連の相談件数が全体の73％で最も多い（消費生活年報2010契約当事者年代別に見た商品等分類別相談件数・構成比)。

ⅳ）生徒にアンケートを実施し、関心のある（怖いなあ、気を付けようと思う）消費者被害を調べる。

ⅴ）業者が配布しているリーフレットやネット上の宣伝文句や契約事項等を活用する。

ⅵ）消費生活総合センター製作のＤＶＤや消費生活センターのリーフレットを利用する。

ⅶ）貸金業法改正も含めたキャッシングについてもテレビＣＭなどで触れておきたい。

ⅷ)『身近な消費生活と環境』(地域教材社）の２頁「自分の消費行動をふり返ろう」、４頁「販売方法と支払い・消費者の権利と責任」、６頁「カード社会の落とし穴」、８頁「身近な悪質商法」、10頁「消費者トラブルと対策」、22頁「消費生活と環境の用語解説」を参照。

⑨　消費者教育のキーワード

消費者被害に遭わないための10カ条

生活者・消費者としての基本姿勢は『情報を正しく読むこと』

１．ただ？？？（タダほど高いものはない）

２．ホント？？（鵜呑みにしない）

３．なぜ？（自分で考える）

消費者としての防衛対策は『つけ込まれないこと』

４．無視が一番（君子危うきに近寄らず）

５．きっぱり断る（カモにされるな！）

６．あせらない（ちょっと待て！急かすは騙しのテクニック）

消費者としての知恵・知識を学ぶのは『消費者の責任』

７．個人情報はばらまかない（売買され、悪用される危険性大）

８．悪質商法の手口を見破ろう（だましの仕掛けを知る）

９．相談する勇気をもとう（消費生活センター・相談することで被害の拡大や二次被害を防ぐ）

10．消費者を守る法・制度を知ろう（クーリングオフなど消費者の武器になる制度がある）

⑩　生徒の学びを家庭へも伝え、広げる工夫をする

消費者教育の実をあげるためには、生徒の学びを家庭へも伝えることが重要である。消費者として、生活者として、価値観や人生観を形成する上で、生徒が家族から受ける影響は大きい。一方で、生徒の学びから家族に気づきが生まれる機会も多い。学びを実践につなげるためには、家庭学習の課題などを通して消費者教育の内容を家庭へ伝える工夫をすることが必要である。それが限られた授業時数を有効に活用することにもつながる。

以下に伝える手だての一例を挙げる。上記⑧で述べた消費生活年報のコピーを家族と見て、消費者被害の傾向について話しあう。消費生活について学んだ感想やメッセージをキャッチコピーやポスターにして、家族や身近な人たちにも伝える。長期休暇の家庭学習の課題として、消費生活センターを見学し、訪問レポートを書く。生徒が消費者教育新聞を作り、学校に掲示したり、家庭に配布したりする。是非各校の実情に合わせて工夫していただきたい。

（馬場　由子）

### （２）予備調査：中学生の消費者被害の現状と意識（授業作りアンケートより）

中学生の消費者被害の現状と意識を調べることで、主に以下の観点からよりよい授業作りに役立てたいと考えた。

・どのような内容の被害に遭っているか　→　生徒のニーズを探る
・被害に遭ったときの対応方法をどこまで知っているか　→　伝達すべき内容を探る
・意識を探る　→　生徒に考えさせる内容を探る

以下、アンケート項目とその結果である。

授業作りに関して　　　2010年10月

〈授業つくりのためのアンケート〉

家庭科では、「消費者」として、環境や安全を意識したり、消費者として被害にあわない学習をしたり、消費者について学習していきます。その授業を作っていく為に、皆さんの現在の消費者被害についての様子を知りたいと考えています。以下の消費者被害に関する質問に答えてください。

Ｑ１　今まで自分や身近な人で消費者被害にあった話はありますか？
①　自分
②　身近な人

Ｑ２　消費者被害にあったとき、どうしましたか？
①　自分
②　身近な人

Ｑ３　関心のある（怖いなぁ、気を付けようと思う）消費者被害はありますか？あれば、どのようなことですか？

Ｑ４　消費者被害にあわないためにはどうしたらいいと思いますか？
（だまされないセンスを身につけるには？）

〈アンケート集計結果〉

| 2010年10月家庭科授業内で実施<br>中学３年生122人（男子40名　女子82名） |
|---|

※以下数値は回答数
ただし、回答数１は、１を省略

**Ｑ１－①　今まで自分が消費者被害にあったことはありますか？**

・請求メール10
・当選したというメール２
・食品の異物混入２
・電話番号をしつこくきかれた
・値札とレシートの金額が違った
・モデルの勧誘
・キャッチセールス

**Ｑ１－②　今まで身近な人が消費者被害にあった話はありますか？**

・オレオレ詐欺12
・訪問販売３
・架空請求２
・会員制のサプリ購入、人に紹介するとポイント貯まる
・高校生数名に高いミカンを買わされた。
・モデルのスカウト
・タクシーでぐるぐる回られてメーターをつり上げられた
・キャッチセールス
・無理やり高い値段で写真をとらされた

**Ｑ２－①　自分が消費者被害にあったとき、どうしましたか？**

・無視、親に相談９
・断る２
・警察、弁護士に相談２
・携帯会社に通報
・クーリングオフ
・落ち着いて真偽を判断
・同じ商品を送り直してもらった
・架空請求のメールに「誰ですか」と返信した、危ないことをしたと今は思っている
・受信拒否

**Ｑ２－②　身近な人が消費者被害にあったとき、その人はどうしましたか？**

・断る、無視18
・専門家、警察に相談４
・家族、知人に相談２
・銀行口座をすぐに凍結
・会員になったが会合には行かない
・娘の夫は警察官、と嘘をついたら相手が諦めた
・忙しいです、といって断った
・騙されたふりをして捕まえようとした
・海外の観光地で怖かったので、言われる値段で写った写真を買った。

**Ｑ３　関心のある（怖いなぁ、気をつけようと思う）消費者被害はありますか？**
**あれば、どのようなことですか？**

・振り込め詐欺21
・警察や消防員を名乗り安心させてしまう詐欺５

・架空請求20
・キャッチセールス17
・クリック詐欺12
・訪問販売９
・ネットの消費者被害９
・押し売り７
・人の弱みにつけこむ６
・電話セールス６
・オークション５
・悪質商法４
・マルチの儲け話４
・通販関係３
・催眠商法３
・ネズミ講２
・食品中の異物混入２
・出会い系サイト
・アポイントメントセールス
・若い人がひっかかりやすい被害を知りたい

**Ｑ４　消費者被害にあわないためにはどうしたらいいと思いますか？**
**（だまされないセンスを身につけるには？）**

・一歩踏み込んで考える、信じない、用心する53
・強い気持ちをもつ、断る23
・無視する17
・普段からおちついて冷静でいること９
・親や誰かに相談、怪しいことはすぐに通報９
・信用できるサイトしか見ない、有料サイトに注意７
・いろんな人の経験を知る７
・ＰＣで学んだ、情報収集５
・法律を知っておく４
・いらないものは買わない４
・自分から個人情報を言わない３
・お金が絡む話は疑う３
・怪しいものには手を出さない２
・人が自分のために何かしてくれる時、どれくらいの努力をするのか日ごろから考える
・契約書や説明書をよく読む
・相手が納得しそうな理由を考える
・知らないアドレスからの請求書はダメ
・授業で被害にあったというロールプレイングをする

〈まとめ〉

自由記述から、振り込め詐欺やキャッチセールスや架空請求に興味・関心が高いことが見とれた。より中学生に関わってくるキャッチセールスと架空請求に的を絞って授業を展開することにした。また、教師が体験談を話してからのアンケートと話しをしないでアンケートを実施した結果、下の表のように自由記述の回答数に差違がでた。特にＱ１「今まであった消費者被害」の質問では大きな違いが出た。教師の体験談が生徒の気持ちを開くには、有効であることが見とれた。以下は自由記述の回答数の割合（％）である。

| | Ｑ１① | Ｑ１② | Ｑ２① | Ｑ２② | Ｑ３ | Ｑ４ | のべ総数 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 教師の体験談有り | 31.9 | 29.8 | 31.9 | 34.0 | 66.0 | 89.4 | 283.0 |
| 教師の体験談無し | 9.3 | 17.3 | 14.7 | 20.0 | 88.0 | 93.3 | 242.7 |

このアンケートを実施し授業後に、ある生徒が「自分の家で、父と祖母が話しをしていた。どうやらオレオレ詐欺に遭ったみたい。でも、自分は子どもだから話しを聞かせてくれなかった。」と話してきた。「今日の授業で判った」と安心した様子が伝わってきた。

（栗原恵美子）

**（３）「だまされない、センスを、身につける」学習の計画**

①　中学生の消費者としての現状から

中学生は１年・２年・３年と各学年上がる毎に行動範囲及び使用できる金銭額も上がっていく。部活動で試合に出かけたり、塾通いをしたり、また友人と一緒だったり、一人だったり、行動範囲が必然的に広がる。保護者も中学生だから・・・という意識の下、小学生とは違う扱いであることが多い。そこで、金銭の使い方を、改めて中学生の段階で考えさせることが大切になってくる。また、オレオレ詐欺等の被害にあった家族を気遣いたいが、「子どもは知らなくていい」と説明をしてもらえず、不安に陥ることもある。そこで正しい知識や対策など授業を通して知ることで、その不安が軽くなることもある。中学生は子どもから大人へ移行する時期なのである。

②　家庭科における消費者教育の捉え方

家庭科は総合的な学習の側面を持つ。他教科等での学習を踏まえて、生徒に生きた学び、すなわち実践への定着を計る。

家庭科では消費者教育を、ⅰ　消費者として被害に遭わないような学習、ⅱ　生活母体である地球環境にも目を向け、消費環境を意識した学習を大切にしながら進めている。それは、地球上の誰もが安全で安心して生活していくことの学習に繋がる。生き方教育といっても過言では無かろう。お金の使い方を考え、知って、判断し、選んで、行動することで、生徒はよりよく成長していく、と考える。

③　「学びの定着」を推進するには

まずは生徒が学びの意義を理解すること。教師の言うところの学習のねらいを理解させることが大切である。自分が主役となり積極的に体験を伴って学習したものは、学びが定着しやすい。また友人や家族からその学びが評価される（例えば「スゴーイ！」と言われる）と、更に学びは定着すると考える。生徒が強く興味を抱く調理実習を例にして説明すると、

| 知識を得て自分で考えながら、包丁を握る、加熱作業を行う、味付けをする、盛りつけをする、といった主体的な体験を持つ。 |
| --- |

↓

| 美味しいね、綺麗だね、という他者評価を受ける。 |
| --- |

消費者被害に遭わない学習、だまされないセンスを身につける学習を進める上では、生徒の関心を上手く掴み、学びの意義の理解を深め、そして主体的な体験を持たせ他者評価を受ける場面を数多く設定することが必要である。そこで、最低でも３時間（３回）の授業が必要となってくる。

（栗原恵美子）

### （4）４つの教育手法の考え方

① 教育方法と教育効果の考え方

教育効果を上げるための教育方法を考えるためには、何よりもまず教育目的が明確でなければならないだろう。そして、教育目的とは何よりも生徒が学習によって到達する結果である。家庭科教育は、「生活を工夫し創造する能力と実践的な態度」（平成20年改訂、中学校学習指導要領）を身につける教科である。小学校、中学校、高等学校を通して、家庭科は衣食住などに関する「実践的・体験的な学習活動を通して」生活に必要な知識や技術を身につける教科とされてきているので、家庭科においては、生徒自身が実践し、体験する活動は教育目的のため欠かせないことと考えられている。

実践と体験の内容は生徒自身の家庭生活に関するさまざまな課題であり、「問題解決的な学習」をしながらよりよい生活を工夫していくことは、家庭科教育の大きな特徴となっている。

例えば、平成20年改訂学習指導要領においては「計画、実践、評価、改善という一連の学習活動を重視し、問題解決的な学習を進めるようにする」（中学校　家庭分野）という表現で家庭分野全体を実践的、問題解決的学習とすることを奨励している。また、高等学校「家庭」に関しては、これまでもずっと「生徒が自分の生活に結び付けて学習できるよう、問題解決的な学習を充実すること」「各科目の指導計画の作成に当たっては、各科目の配当する総授業時間数のうち原則として10分の５以上を実験・実習に充てること」という規定があり、家庭科はとりわけ生徒自身が、さまざまな形で活動する授業が工夫されてきた。

実験・実習といえば調理や被服の学習での製作が考えられるが、家庭科の家族、保育、高齢者、経済、消費者問題、環境問題などすべての学習領域で、調査や研究などを含めた生徒の活動が重視されてきたのである。

② 家庭科教育の特質とさまざまな学習方法

アメリカの家庭科教育法の研究者であるバレリー・チェンバレンは、家庭科教育の方法についての著書の中で、さまざまな教育方法を取り上げるに当たり、教育方法によって学習者が情報をどの程度記憶できるかについて、次のような研究データを紹介している。

| | ３時間後 | ３日後 |
|---|---|---|
| 教師が説明する（講義） | 70% | 10% |
| 教師が提示する（視覚的に示す） | 72% | 20% |
| 説明と提示の組み合わせ | 85% | 65% |
| 学習者が人に説明をする | 90% | 85% |

Valerie Chamberlain et.al. 2003, “Creative Instructional Methods for Family and Consumer Sciences”, Glencoe McGraw-Hill.

教師の講義だけでは以下に記憶に残らないか、学習者が自分で活動することがいかに大切かが分かる興味深いデータである。チェンバレンはこの本の中で、家庭科教師が身につけるべき指導技術として次のような方法を挙げ具体的に説明をしている。

ディスカッション：小グループ　ディスカッション（ブレインストーミング、バズセッション）、パネル　ディスカッション、シンポジウム、フォーラム、ディベート等

視覚的方法：掲示板、図版、ポスター、展示、小黒板、フリップ（日本で言うフラッシュカード）、布地のフリップ、ビデオ、テレビ、スライド、パワーポイント、

疑似体験：寸劇、ソシオドラマ／ロールプレイング、フォトシチュエーション

デモンストレーション（示範、やって見せる）：調理を見せる、救急救命の実演

実習室、実験室の活動：観察室、保育実習室、調理室での活動

ゲーム：カードゲーム、マッチングゲーム、クロスワードパズル、コンピュータゲーム、ビンゴ、すごろく、スポーツゲーム、ＴＶゲーム

日本においても、最近はさまざまな学習方法が工夫されるようになっている。中間美砂子はアメリカや北欧のこれまでの家庭科教育法などを参考にしつつ、共同で取り組む「参加型アクション志向」の学習方法について体系化し、家庭科の実際の授業への導入した記録をまとめている（中間美砂子編『家庭科への参加型アクション志向学習の導入』建帛社 2006)。

中間は家庭科で行われている参加型学習方法を、次のように整理している。

（１）共同思考学習法：バズセッション、ブレーンストーミング、アサーティブ・トレーニング、インタビュー、アンケート、ＫＪ法、イメージマップ（マインド・マップ、概念図)、ランキング、フォトランゲージ、新聞分析（ＮＩＥ)，ジグソー学習

（２）想定事例についての問題解決学習：ディベート、ロールプレイ、ソシオドラマ（社

会劇)、ゲーム、シミュレーション（ケーススタデイ、疑似体験)、実験・実習

（３）現実課題についての問題解決学習：ホームプロジェクト、フィールドワーク（現地調査)、ワークショップ

実際の授業は高等学校家庭科で行なわれた実践が22例紹介されているが、いずれの授業も上記の参加型アクション志向のいくつかの学習方法を組み合わせて行っている。授業の目的、展開、使用したワークシートも紹介されており、参加型学習方法を取り入れた効果についての考察が述べられていて、大変参考になる。

例えば消費生活に関する授業「商品を選ぶ」の授業を紹介しておこう。「商品の購入に当たって、情報を収集し、適切な意思決定ができる能力を養う」ことを目的とした授業で、アンケート調査（消費者の実態、意識）の作成、実施、分析、商品研究、インタビュー、実験（試買テスト)、広告、カタログ、パンフレット、取扱説明書の分析、研究発表（模造紙提示、買い手と売り手の購入場面の寸劇、紙芝居、新聞・雑誌の切り抜き提示、実物提示、示範実験、クイズ形式）などをグループごとに決めて自由に取り入れさせている。

アクション型の学習方法を取り入れたこの授業は、生徒の感想や教師の評価から、商品の購入に当たっての情報収集や、適切な意思決定ができるという目的をよく達成したことが確かめられている。なお、この授業は総時間11時間をかけているが、学習内容が真に生徒の身に付き、忘れることがないようにするには、10時間程度の授業時間と多面的な学習方法が必要であることは言うまでもない（久保田まゆみ、中間美砂子編　2006 pp.144-149)。

ここで､今回の消費者教育推進方策研究事業で取り上げることが要請されたゲーム方式、ロールプレイング方式、グループワーク方式、講義方式のそれぞれについて、家庭科教育で行われてきた実践例や効果などについて、取り上げておきたい。

実際の授業では、いずれの方式もそれだけ一つで授業が行われることは皆無といってよいのであるが、学習方式として、あえて個別に説明をしておきたい。

### ③　ゲーム方式

ゲームは、偶然のチャンスや不運、知識を駆使したり、さまざまな選択行動を使いながらグループで楽しみながら､学習意欲を高めたり､知識を定着させたりすることができる。ゲームには基本的に、〈言語パズル〉に類する、しりとり、クロスワード、百科事典、10の扉、ビンゴ、手掛かり隠し、ジャンルクイズなどと、〈カードゲーム〉〈アクションゲーム〉(椅子取りゲーム、ジェスチャーゲーム等身体行動を伴うゲーム）の種類に分けられるとされる（中間　2006)。

消費者教育では、すごろく形式で、スタートから数人でサイコロを振りながらコマを進めゴールを目指すゲームがいろいろ作られている。「ＳＴＯＰ！温暖化ゲーム」((有）エコ企画）など市販のものや消費生活センター作成のゲームなども利用されている。ゲームを楽しみながら友人と一緒に消費者としてよりよい行動を考えたり、知識の定着を図ったり

できることから、比較的利用されている手法といってよいだろう。
家庭科教育では、ゲームそのものを作る活動を授業に取り入れている例もある。望ましい消費者行動をイロハかるたにして絵札と読み札を作って、遊ぶ例や、人生すごろくを作って、これから起るかもしれないさまざまなライフイベントについて考え、楽しみながら対処の方法を考えるゲームも実際に実践されている（牧野　1996)。

④　ロールプレイング方式

「ロールプレイング」方式は、平成10年改訂の中学校学習指導要領―技術家庭編から、学習指導要領の（内容の取扱い）中に取り入れられ、家庭科教育では学習方法として、その後一気に広まってきた方式である。中学校の家族と家庭生活の内容では、(1)自分の成長と家族，(2)幼児の発達と家族、(3)家族と家族関係の学習において、「相互に関連を図り、実習や観察、ロールプレイングなどの学習活動を中心とするよう留意すること」という文言が３回も登場する。教師が講義をするだけでなく、実践的、体験的な学習をする必要があるとして、例としてロールプレイングが取り上げられているのである。
平成10年の改訂に沿った中学校家庭科の教科書から、ロールプレイングのやり方や注意事項などが載るようになった。
ロールプレイングは役割演技ともいわれる。サイコドラマ（心理劇）を出発としており、立場の違う人の役割を即興で演じることによって、相手の立場や気持ちを理解したり、自分を理解したりするための方法である。あらかじめ登場人物と場面を設定しておくと演じやすい。場面がどのように展開するか、セリフを演じる前に用意しておく方法もある。役割をとりやすいように、立場を示すカードやプレートなどを準備しておいて、演者は、カードやプレートを身につけてその立場に立つとよい。役割をとらない人は観客となり、登場人物の演技を見て、行動やセリフから感じたこと、考えたことを演者に伝える役割をとる。もともと即興で演じることに意義があるので、セリフや行動に制約は設けない。自由にある程度会話のやりとりが続くように、指導する。
すべて台本をあらかじめ用意した寸劇（スキット）を演じて、演じた後の気持ちを話し合う場合もある。
ロールプレイングは家族関係や保育の学習で利用されることが多いが、消費者教育では、売り手と買い手、店員と顧客などの役割をとって演技を進めると有効である。

⑤　グループワーク方式

グループワークは指導の手法というよりも、生徒の学習形態として考えられることが多い。３人から６人位のグループで、先にあげた共同思考学習や、問題解決学習、共同研究、共同発表などさまざまな学習活動を行うことを指す。従って実際の授業では、学習活動は組み合わせて行われるが、もっとも基本的な考え方は、グループで相談したりしながら協力して、問題解決を行うことにある。授業で行う場合は、生徒同士のコミュニケーション

がうまく図られるかどうかがカギとなることが多い。まとめ役、記録係、発表係などの役割を決めるとよい場合もある。

⑥　講義方式

教師が黒板とチョークだけを用いて講義を行う形式の授業は、家庭科教育に関しては、今日ではほとんどみられないといってよいだろう。講義方式は、先に挙げた視覚的方法：掲示板、図版、ポスター、展示、小黒板、フリップ（日本で言うフラッシュカード）、布地のフリップ、ビデオ、テレビ、スライド、パワーポイントなどが同時に用いられることが多い。パワーポイントや実物提示、ビデオなどとの組み合わせはよく用いられる。

その他の教師の活動だけでなく、生徒の参加型活動とを組み合わせた授業も多い。講義方式は最初に、学習者の記憶について述べたが、教師が一人で行う限り、視聴覚教材と組み合わせても、学習者への定着は日時が経つと極端に薄くなっていくことは、日常的な経験からも明らかである。

生徒が自分で問題を見つけ、行動し、結果を友人たちに発表して教えるという形態をとったときに初めて学習は定着をすることが予想できるのである。

学校における授業は、生徒の学習活動が教育目的に沿って展開し到達できるよう、教師は計画し、支援することに他ならない。生徒の集団は多くの個性を持った子どもたちの集まりであり、用意しただ一つの方法ですべての生徒を同じ目的に導くことができると考えることは、現実離れしている。教師はいつも柔軟に、さまざまな方法を駆使しながら、一人ひとりの生徒の学習を支援することが、必要といえよう。

（牧野カツコ）

## （５）教育評価と学習効果の測定と計画

①　教育評価・学習評価の考え方

「教育評価」というのは、教育という営みがどのような価値をもっていたかを判断するという極めて広い意味で用いられる。そこでは、学習者（学校では児童・生徒）がどのような望ましい変容を遂げたかということのみならず、教師、教材、教育形態、施設、教育制度など、学習者をとりまく環境すべてが評価の対象となる。とはいえ、最も中核となるのは、やはり「学習評価」、すなわち学習者に関する評価であり、多くの場合、学習評価を通じて、その置かれていた環境や指導方法なども評価されることになる。その結果から、教育の改善が図られる。すなわち、教育評価というのは、教育の改善に向けて学習者やその環境に関する情報を収集し、その価値づけをすることといえる。

教育とは、望ましい方向に向けて学習者の変容を促すものであるので、学習評価は教育目標に照らして行われるのが普通である。我が国の場合、学習指導要領に示された内容が一つの基準になっており、そこに記載された知識・技能が身につくよう教科書が作成され、

学校のカリキュラムが構成される。ちなみに、2010年に出された中央教育審議会の学習評価ワーキンググループの中間まとめでは、学習評価が次のように説明されている。

> 学習評価は，学校における教育活動に関し，子どもたちの学習の実現状況を評価するものである。現在，各教科については，学習状況を分析的にとらえる観点別学習状況の評価と総括的にとらえる評定を，学習指導要領に定める目標に準拠した評価として実施することが明確にされている。学習評価には，このような目標に準拠した評価のほか，学級や学年等における位置付けを評価する集団に準拠した評価や，観点別学習状況の評価や評定には示しきれない子どもたち一人一人のよい点や可能性，進歩の状況についても評価する個人内評価がある。
>
> 学習評価を行うに当たっては，子どもたち一人一人に学習指導要領の内容が確実に定着するよう，学習指導の改善につなげていくことが重要である。

ここでいう「観点別評価」とは、1980年代以降、指導要録の記載で浸透してきたいわゆる四観点による評価で、「関心・意欲・態度」「思考・判断」「表現・技能」「知識・理解」をさしている。これは、学校教育法、学習指導要領の改訂を経て、このワーキンググループで審議され、若干の変更が加えられることになるが、大きく変わったわけではない。観点別評価で重要なことは、いわゆる知識・技能面だけでなく、興味・関心や行動面や思考力・表現力なども含めて、学習者の変容を広くとらえていこうということである。

② 学習効果の測定方法

教育評価の中でも、教材や授業方法などの善し悪しを検討するときに、よく用いられる用語が「学習効果」である。このたびの消費者教育の推進方策に関する研究も、どのような教育手法が効果的であるかを検討するものであるので、まさに学習効果の測定が求められる。一般的には、学習効果を見るためには、教育目標に即して、何らかの数値的な指標を用意し、その変化を追ったり、教育手法間の比較を統計的に行ったりすることになる。

指標として使われるのは、客観テストの点数が代表的なものであるが、それだけに留まるものではない。関心・意欲・態度については、質問紙（アンケート）や行動指標（意欲的な行動に関する評定）などが用いられることもある。また、作文、作品、演技などが評定されて指標化されることもある。さらに、最近は、こうした量的な指標だけでなく、学習者の行動や内的な変容をきめ細かくとらえる立場から、学習過程における制作物や記述内容（ノート記録など）を活用する評価も見られる。

今回の研究でも、このようないくつかの方法が併用されて、学習効果の測定に使われることとなる。具体的には、学習内容についての質問項目とワークシートに記入された感想ということになるが、詳しくは第Ⅳ章「研究授業の効果」を参照されたい。

（市川　伸一）

## ３．研究授業の推進と研究倫理

### （１）研究倫理審査への申請

本事業推進に当たっては、研究者自身の研究倫理及び、協力校及び協力校の生徒の倫理的配慮を重視する観点から、お茶の水女子大学のグローバルＣＯＥ研究倫理委員会による倫理審査を受け、認定証の交付を受けた（資料編許可申請書参照）。

お茶の水女子大学グローバルＣＯＥ研究倫理委員会は、現在、グローバルＣＯＥの研究プロジェクトにおいて行われる研究のみならず、社会学、教育科学、心理学などの行動科学的研究で、調査・実験対象者を扱うものに対し、お茶の水女子大学グローバルＣＯＥ研究倫理綱領（2004年６月16日制定の21世紀ＣＯＥ研究倫理綱領を継承）に基づく審査を行い、研究倫理委員会の認定証を発行している（資料編お茶の水女子大学グローバルＣＯＥ研究倫理綱領参照）。

### （２）学校・保護者・生徒への研究協力依頼

お茶の水女子大学附属中学校に対しては、研究事業の協力依頼を行ない、お茶の水女子大学附属学校部研究推進委員会で研究事業の実施の承認を得た（資料編参照）。区立中学校に対しては、文京区教育委員会からの了承、当該区立中学校からの許諾を得た。

さらに、大学附属中学校の生徒の保護者に対しては、研究協力の依頼書（資料編参照）を作成・配布し、保護者からの承諾を得た。

（小玉　亮子）